

## Lampiran 1

### KUISIONER

#### 1. PETUNJUK PENGISISAN

Berilah tanda ( X ) pada salah satu jawaban yang paling sesuai

SS	= Sangat Setuju	(5)
S	= Setuju	(4)
R	= Ragu-Ragu	(3)
TS	= Tidak Setuju	(2)
STS	= Sangat Tidak Setuju	(1)

#### 2. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Usia :
3. Pendidikan Terakhir :
4. Pekerjaan :
5. Lama pemakaian :

1. *Brand Ambassador*

<i>Brand Ambassador</i>	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<i>Visibility</i> (Kemungkinan dilihat)	1. <i>Brand Ambassador</i> yang digunakan adalah sosok selebriti yang terkenal dikalangan masyarakat.					
	2. <i>Brand Ambassador</i> dapat membuat perhatian konsumen tertuju kepada merek ketika ia mempromosikan produk Wardah.					
	3. <i>Brand Ambassador</i> dapat mewakili produk Wardah dengan popularitas yang ia miliki.					
	4. <i>Brand Ambassador</i> adalah inspiring women yg dapat mempengaruhi agar menggunakan produk Wardah.					
<i>Kreadibility</i> (Kreadibilitas)	1. <i>Brand Ambassador</i> adalah selebriti yang cukup lama dikenal oleh masyarakat sebagai <i>Brand Ambassador</i> .					
	2. <i>Brand Ambassador</i> dianggap pengalaman berkarya dalam dunia hiburan yang mampu menginspirasi konsumen.					
	3. <i>Brand Ambassador</i> memiliki passion dalam mengomunikasikan produk Wardah.					

	4. <i>Brand Ambassador</i> mampu dipercaya karena memiliki tingkat keahlian dalam menyampaikan informasi.					
<i>Attraction</i> (Daya tarik)	1. <i>Brand Ambassador</i> memiliki daya tarik pada setiap penampilannya dan kepribadiannya dalam promosi.					
	2. <i>Brand Ambassador</i> yang digunakan banyak disukai konsumen karena memiliki kesan terhadap sikap dan perilakunya yang positif.					
	3. <i>Brand Ambassador</i> yang digunakan membuat konsumen kagum dengan menginspirasi wanita di Indonesia.					
	4. <i>Brand Ambassador</i> memiliki kepribadian yang dapat memberikan kepercayaan terhadap konsumen.					
<i>Power</i> (Kekuasaan)	1. <i>Brand Ambassador</i> memiliki pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan sehingga dapat memiliki hak untuk memperkenalkan visi mengenai kecantikan yang menginspirasi seluruh wanita di Indonesia.					

	2. <i>Brand Ambassador</i> memiliki jiwa yang senantiasa bersemangat untuk terus menerus menyebarkan kebaikan pada seluruh dunia.					
	3. <i>Brand Ambassador</i> mampu meningkatkan sasaran targetnya walaupun tidak merubah sikap.					
	4. <i>Brand Ambassador</i> dapat menimbulkan pembelian produk dengan kemampuan yang dimiliki.					

## 2. Kualitas Produk

Kualitas Produk	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
<i>Performance</i> (Kinerja)	1. Produk wardah aman dan nyaman saat digunakan.					
	2. Produk wardah menggunakan bahan yang berstandar nasional.					
<i>Realiability</i> (kehandalan)	1. Produk wardah memiliki kehandalan tersendiri pada setiap kategori produk.					
	2. Produk wardah telah memberikan kepercayaan pada konsumennya.					
<i>Conformance</i> (kesesuaian)	1. Konsumen merasa sesuai menggunakan produk wardah.					
	2. Harga produk yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk.					

<i>Durability</i> (daya tahan)	1. Produk wardah memiliki masa pakai yang baik.					
	2. Produk wardah memiliki daya tahan terhadap sinar matahari.					
<i>Service ability</i> (daya guna)	1. Produk wardah memberikan akurasi pada tiap masalah wajah.					
	2. Produk wardah sangat mudah untuk digunakan.					
<i>Aesthetics</i> (estetika)	1. Hasil dari penggunaan produk wardah berbeda dengan yang lain.					
	2. Produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan standar kelayakan produk.					
<i>Perceived quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)	1. Pengguna tidak ada keluhan selama menggunakan produk wardah.					
	2. Informasi yang disampaikan sesuai dengan kualitas pada produk.					
<i>Design</i> (desain)	1. Simbol pada produk memiliki keunikan tersendiri.					
	2. Warna dan nama merek sudah menjadi ciri khas produk wardah.					

### 3. Keputusan Pembelian

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	5	4	3	2	1
1. Jenis produk yang dibeli sesuai dengan adanya kebutuhan.					

2. <i>Brand Ambassador</i> mempengaruhi untuk membeli produk Wardah.					
3. Keluarga dan teman mempengaruhi untuk membeli produk Wardah.					
4. Produk wardah menggunakan bahan yang aman dan sesuai dengan kebutuhan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.					
5. Produk wardah merupakan pilihan yang terbaik dalam mengatasi masalah wajah.					
6. Produk wardah telah bersaing dalam pasar internasional.					
7. Informasi yang diperoleh dari iklan yang dibintangi oleh <i>Brand Ambassador</i> mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan pembelian.					
8. Kepercayaan terhadap produk wardah membuat saya terus menjadi konsumen loyal.					
9. Pengusungan label halal pada produk wardah dapat mempengaruhi keputusan pembelian.					
10. Semua kategori produk wardah (bedak, lipstik, pelembab, foundation, minyak wangi) membuat kebutuhan pelanggan terpenuhi.					